

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang di Asia. Pada era berkembangnya, peranan teknologi yang ada di negara ini semakin pesat dan hingga bisa menjangkau kebutuhan manusia. Ketika berbicara tentang peranan teknologi, manusia telah diyakinkan bahwa saat ini merupakan masuknya era digital secara masif khususnya di Indonesia.

Di era kemajuan teknologi, utamanya di Asia banyak taksi konvensional yang beralih menjadi taksi *online* yang melalui aplikasi. Zell (2019) mengatakan bahwa sebagai negara maju seperti Singapura sebelum datangnya aplikasi Go-Jek sebagai *taksi online* sudah memiliki aplikasi Uber dan Grab. Di negara tersebut, diterapkan peraturan tidak memonopoli satu bidang, hal ini menyebabkan ketika tidak berani untuk beroperasi di Asia sehingga Grab dilarang memegang satu bidang untuk menghindari monopoli harga karena tidak ada pesaing. Kemudian Go-Jek masuk dan langsung mendapat akses beroperasi di Singapura. Bersaingnya Grab dan Go-Jek agar pelanggan terjaga kualitasnya dengan sistem yang baik agar tidak terjadi monopoli.

Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang di Asia. Pada era berkembangnya, peranan teknologi yang ada di negara ini semakin pesat dan hingga bisa menjangkau kebutuhan manusia. Ketika berbicara tentang peranan teknologi, manusia telah diyakinkan bahwa saat ini merupakan masuknya era digital secara masif, khususnya di Indonesia.

Berdasarkan situs *Wearesocial* dalam laporannya yaitu 2018 *Global Digital Report* dikatakan bahwa jumlah pengguna internet dunia yang telah mencapai 4.021 miliar orang dari total populasi dunia yaitu 7.593 miliar orang, ini artinya 53% penduduk dunia telah aktif menggunakan internet. Di Indonesia sendiri dalam laporan yang sama penggunaan internet mencapai 132 juta orang dari 265 juta penduduk Indonesia. Jumlah tersebut membuktikan bahwa setengah dari

penduduk Indonesia telah melek dengan teknologi khususnya internet (Tribowo, 2019).

Semakin berkembangnya teknologi persaingan usaha perlu di perhatikan juga. Strategi persaingan usaha diatur oleh pemerintah didalam UU nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dan yang dimaksud persaingan tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat pesaingan usaha. Menurut Porter (dalam Margretta, 2014) persaingan strategis berarti memilih jalan yang berbeda dari lainnya. Selain bersaing menjadi yang terbaik, perusahaan-perusahaan dapat – dan harus – bersaing menjadi unik.

Begitupun dengan transportasi yang ada seperti taksi. Sebelum industri digital masuk ke Indonesia untuk menggunakan taksi, masyarakat harus datang ke tempat pangkalan atau menunggu di sebrang jalan. Saat ini untuk menggunakan taksi untuk menuju suatu tempat, pelanggan cukup memesan dari tempat keberadaan melalui *gadget* yang dipunya. Disamping itu untuk menjangkau kebutuhan, manusia membutuhkan transportasi dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Seiring berkembangnya zaman kebutuhan masyarakat akan transportasi yang aman, nyaman, terjangkau, dan terpercaya meningkat.

Di Indonesia sendiri ada beberapa perusahaan transportasi berbasis *online* diantaranya Gojek, Grab, dan yang baru-baru ini muncul yaitu Maxim. Industri digital dalam bidang transportasi yang banyak diminati masyarakat memiliki beberapa permasalahan yang dialami dalam pelaksanaannya. Transportasi *online* yang masih baru dalam pengoperasiannya, masih perlu banyak yang harus diperbaiki, baik dari pelayanan maupun sistem yang dipakai untuk menghubungkan penyedia jasa dengan pengguna jasa (Rachman, 2018).

Dalam melakukan usaha dibutuhkan pelayanan yang baik yang diberikan suatu perusahaan atau kantor, agar reputasi dimata masyarakat dalam hal itu bisa membuat masyarakat ataupun pelanggan merasa betah dan nyaman. Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Priansa 2017) pelayanan merupakan suatu hal yang penting, sebab peningkatan daripada pelayanan itu sendiri dapat meningkatkan

kepuasan pelanggan. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Di dalam kegiatan memberikan pelayanan maka sebuah perusahaan atau usaha yang bergerak di bidang jasa khususnya dalam memberi pelayanan, maka perusahaan tersebut akan berusaha memberikan bentuk layanan terbaik kepada pelanggan atau konsumennya. Kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan potensi pasar bisnis yang sangat menjanjikan bagi perusahaan. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sebaiknya perusahaan juga tetap menjaga kualitas pelanggan.

Tingginya animo masyarakat berkendara itu membuat layanan transportasi *online* lainnya turut bersaing. Faktanya kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebagian *driver* GoCar seperti, sikap atau perilaku *driver* yang kurang ramah dan kurangnya jaminan keselamatan dan keamanan. Apalagi layanan yang banyak digandrungi ini tidak hanya menyediakan kemudahan dan tawaran diskon. Namun juga perilaku *driver* juga ditentukan. Sekarang ini angka kecelakaan transportasi dengan hantaran dan taksi *online* dinilai cukup tinggi dibandingkan dengan taksi reguler (Dewi, 2020).

Angka kecelakaan harus diimbangi dengan keamanan transportasi, perusahaan harus terus meningkatkan keamanan pelanggan antara lain dengan menghadirkan fitur keamanan seperti tombol darurat dan bagikan perjalanan. Fitur-fitur ini membuat pelanggan merasa aman dan nyaman saat menggunakan jasa transportasi *online*, terlihat dari peningkatan jumlah pesanan layanan transportasi transportasi sebesar 28% dibandingkan tahun sebelumnya (Klasika, 2020).

Berdasarkan latar belakang penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pola Persaingan Taksi *Online* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pelanggan Di Kota Surakarta.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana pola persaingan taksi *online* dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan?
2. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pelanggan taksi *online*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mendeskripsikan pola persaingan taksi *online* dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pelanggan taksi *online*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis penelitian ini bermanfaat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan tentang persaingan taksi *online* dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masyarakat lebih mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

b. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian ini sebagai masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja mitra atau *driver* taksi online di kota Surakarta.

c. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.